Comisión Especial de drogas y adicciones,
Carpeta Nº 2451 de 2013

Versión Taquigráfica N° 1995 de 2013

CONSUMO, DISTRIBUCIÓN Y EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Regulación

Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 12 de diciembre de 2013

(Sin corregir)

PRESIDEN:	Señores Representantes Julio Bango, Presidente (ad hoc) y Sebastián Sabini, Presidente.
MIEMBROS:	Señores Representantes Verónica Alonso, José Andrés Arocena, Jorge A. Caffera Juri, Graciela Matiauda Espino, Andrea Ocampo, Jorge Orrico, Nicolás Pereira, Luis Puig y Rubenson Silva.
INVITADOS:	Por Fábrica Nacional de Cerveza, ingeniero Ruben Ordoqui, Director y licenciado Pablo Carrión, Relaciones Institucionales.

SEÑOR PRESIDENTE ad hoc (Bango).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión Especial de Drogas y Adicciones tiene mucho gusto en recibir a una delegación de la Fábrica Nacional de Cerveza, integrada por el Director, ingeniero Ruben Ordoqui, y el Director de Relaciones Institucionales, licenciado Pablo Carrión.

Agradecemos que hayan respondido a la invitación cursada por esta asesora, que tiene a estudio el proyecto de ley de consumo de bebidas alcohólicas. Nos interesa conocer la opinión de la delegación presente con respecto a los distintos artículos que contiene esta iniciativa.

SEÑOR ORDOQUI.- En primer lugar, quiero agradecer la invitación cursada por esta Comisión. Esta no es la primera vez que concurrimos a esta asesora, ya que asistimos cuando comenzó a funcionar.

En esa oportunidad, presentamos un trabajo que, a nuestro pedido, realizó un grupo de sociólogos y antropólogos dirigidos por Pro Humanitas, de donde sacamos las primeras conclusiones -como fabricantes de cerveza-, de lo que estaba pasando con el grupo de consumo conformado por jóvenes de 13 a 18 años de edad.

En esta ocasión, trajimos un material que dejaremos en la Comisión para ser distribuido entre los señores Diputados. A lo largo de la presentación vamos a ir haciendo referencia a este material.

Antes de comenzar a analizar el proyecto, quisiera hacer un breve comentario. Tuve oportunidad de leer las versiones taquigráfica de las sesiones de esta Comisión en las que se hizo referencia a este tema, y me quedó claro que se llevaron a cabo contribuciones muy importantes, especialmente en el área técnica, y en temas que tiene que ver con aspectos relacionados con la salud de la población. Además, pude notar que se obtuvo una gran contribución -a mi criterio, en forma superlativa- de organizaciones sociales, las cuales han puesto de manifiesto la importancia del proyecto.

En ese sentido, quiero decir que para nuestra empresa este proyecto -más allá de las coincidencias, o no, que podamos tener en algunos puntos- es muy importante, y entendemos que debe ser considerado con gran atención por todos los que, de una u otra forma, estamos involucrados en la fabricación, venta y distribución de alcohol y por las autoridades correspondientes.

En realidad, las contribuciones y comentarios que vamos a realizar son producto del trabajo que venimos llevando a cabo, en particular con la Junta Nacional de Drogas, desde el año 2005, los cuales tienen una serie de fundamentos que vamos a tratar de explicar.

Asimismo, quiero decir que algunos otros invitados a esta Comisión carecen de información, considerando los comentarios que realizaron. Creo que se dijeron cosas que no corresponden y que nosotros, como compañía, no compartimos. En ese sentido, quiero decir que estamos involucrados en la fabricación de un producto alcohólico, y que no hay forma de sacarse ese sayo. Por lo tanto, hay que ser responsable y enfrentar lo que ocurre en la sociedad, ya que no es cuestión de llamar alimento al producto que elaboramos, o ponerle otro nombre, porque se trata de una bebida alcohólica que, si bien contribuye al placer de la mayoría de los uruguayos, ocasiona una serie de dificultades que, de alguna forma, debemos enfocar.

Por lo tanto, estamos de acuerdo con el tratamiento de este proyecto y con mucho de lo que plantea, y en desacuerdo con otros aspectos que trataremos de explicar brevemente, pero de ninguna manera queremos salirnos de la responsabilidad que nos cabe como fabricantes.

Brevemente queremos presentar a la empresa. Nuestra compañía tiene cuatro plantas industriales en el Uruguay, tres de ellas en el interior de la República -una en Paysandú, otra en Ombúes de Lavalle y otra en Minas- y una en Montevideo. Las dos primeras fabrican cebada malteada, es decir la materia prima para la fabricación de cerveza, y exportan volúmenes muy importantes a distintos mercados, principalmente a Brasil. La planta de Minas está dedicada a la fabricación de cerveza desde hace años.

Nuestra empresa ya tiene 140 años de fundada, producto de la asociación de varias cerveceras por el año 1900. Es una compañía que tiene una larga tradición industrial. No somos, entonces, una compañía recién llegada a Montevideo ni al Uruguay sino que tenemos profundas raíces industriales.

Con el personal tenemos una relación muy buena desde siempre, que también ha sido muy fluida con el sindicato, inclusive en los períodos más complicados, como la dictadura. En este momento estamos manejando aproximadamente 5.000 personas en forma directa e indirecta. Esto quiere decir que nuestra empresa no solamente posee cuatro plantas industriales sino que, además, tiene una relación profunda considerando desde los agricultores que plantan cebada hasta los distribuidores de bebidas, ya que junto con la cerveza también distribuimos Pepsi- Cola en el interior del país, en los rincones más recónditos, como más adelante vamos a comentar

Por otro lado, en el último quinquenio hemos invertido en el negocio de la cerveza US$ 60:000.000 y seguimos invirtiendo. Hay un proyecto de ampliación muy interesante para la planta de Minas, que está en estudio. Por otro lado, como referencia podemos decir que estamos contribuyendo con US$ 80:000.000 de impuestos al año, lo cual es muy significativo, de acuerdo con un cumplimiento muy riguroso que realiza la compañía con el Estado.

La empresa apoya conceptualmente el tratamiento de este proyecto de ley que aborda el consumo abusivo tanto en mayores como también la problemática que existe en la juventud, en particular en las edades entre 13 y 18 años.

Desde el año 2005, en las primeras intervenciones con quien era en aquel momento el Presidente de la Junta Nacional de Drogas, Milton Romani, hemos trabajado en distintos ámbitos. La primera vez fue en un festival que se realizó en las afueras de la ciudad de Durazno, oportunidad en la que estábamos preocupados por

diversos temas que luego, de manera conjunta, fuimos sorteando. A la vez, hemos trabajado con la Unasev, otro organismo del Gobierno nacional que, como ustedes saben, tiene relación con la seguridad vehicular. Esto significa que desde hace muchos años estamos comprometidos en un trabajo conjunto, tanto con la Junta Nacional de Drogas como con la Unasev. Con este último organismo hemos hecho campañas conjuntas y, por ejemplo, hemos participado en el último seminario de la Semana de la Seguridad Vial, al cual nos invitaron para dar una charla. Con esto queremos decir que estamos absolutamente comprometidos con estos temas relativos al consumo abusivo de alcohol, también en edades tempranas.

Queremos destacar que como empresa entendemos que la inmensa mayoría de la población uruguaya consume en forma responsable, lo que vamos a ejemplificar. No podemos decir que haya una difusión del alcohol por cualquier lado y que todo el mundo esté pasado de rosca, como se dice vulgarmente, porque no es así y las cifras no demuestran eso. De todos modos, hay preocupación en algunos sectores de la población y es por eso que queremos mencionar que como empresa estamos dispuestos a colaborar en esto. También destacamos que la inmensa mayoría de la población tiene un consumo responsable de alcohol y disfruta de una cerveza, una copa de vino o un trago con algún grado más alto de alcohol.

Con respecto a las cifras, he leído en la versión taquigráfica que no se encuentran valores y que no se sabe qué es lo que pasa en el Uruguay. No es así. No solamente el Gobierno tiene cifras publicables, sino también las tiene el Instituto Nacional de Estadística, la DGI y distintos organismos que la Junta Nacional de Drogas conoce perfectamente. Normalmente, la Organización Mundial de la Salud publica -con cierto retraso- el consumo en distintos países.

Les voy a mostrar dos curvas. La primera refiere al consumo de alcohol puro que, en definitiva, es lo que importa cuando hablamos de volúmenes y lo que realmente impacta en el consumidor. Así ve a Uruguay la Organización Mundial de la Salud. Estamos en un promedio más o menos constante, con un pico de altura, cercano a los nueve litros, en los años 1981 y 1982. Hoy no pasamos los 6,5 litros de alcohol puro per cápita para los mayores por año.

¿De qué manera cada uno de los fabricantes distribuye los productos que van al mercado? La curva verde muestra la contribución que hace el vino de alcohol puro, que está entre el 50% y el 60%, dependiendo del año. El resto se divide entre 20% y 22% para los alcoholes superiores, que son los destilados, y entre 18% y 20% para la cerveza, Esto es muy importante porque demuestra la responsabilidad de cada uno de los distintos fabricantes, sean bodegueros, cerveceros o importadores. Me parece que hay que enfrentar esta responsabilidad y saber que el que presenta mayor porcentaje es el que más tiene que pagar. Aquí no hay vuelta. Nosotros estamos dispuestos a contribuir a la sociedad en lo que corresponda, pero no le quitamos el lazo a este tema. Esto va en la responsabilidad de cada uno.

Por otro lado, la Organización Mundial de la Salud tiene un ranking del consumo per cápita de litros de alcohol puro, que es la forma en que mide. Hay que tener en cuenta que los grados alcohólicos son muy diferentes. El vino tiene doce, trece, o catorce; la cerveza tiene entre cuatro y cinco, y, naturalmente, los "whiskies" y otros productos tienen alrededor de cuarenta.

En cuanto a la contribución que hace la cerveza, según datos de la OMS a nivel mundial estamos lejos de los países grandes consumidores, como es de esperar, porque nuestro país no es altamente cervecero. Por otro lado, en Latinoamérica, Uruguay está posicionado en 1,3 en cuanto al alcohol, que es una contribución realmente modesta con respecto a otros países y culturas, como pueden ser Venezuela, México o Puerto Rico, que son zonas más tórridas que la nuestra. Pero si nos comparamos con Argentina, Chile o Perú estamos en la mitad de lo que se consume de alcohol puro en otros territorios. Con esto queremos ejemplificar que hay diversos informes y datos. Los señores Diputados pueden obtener más información si lo consideran pertinente, ya que está disponible en Internet y en distintos organismos de contralor que tiene el país.

En el proyecto de ley se establece que el consumo abusivo por parte del ciudadano adulto constituye un problema. El documento que presenta la Junta Nacional de Drogas hace una discriminación específica entre los consumidores y define un criterio de consumo, que se basa en una definición internacional. Hay usuarios de riesgo de dos dosis diarias, pero que tienen episodios de cinco dosis patrón en una única ocasión. Es una forma convencional de definir cómo se consume, de qué manera y con qué frecuencia.

Queremos destacar que los consumidores abusivos están en el orden de 65.000 a 75.000. Esto no es poco, y hay que responsabilizarse por la solución de esta problemática. Los legisladores pretenden resolver un

problema a través de una ley que involucra a toda la población, pero afortunadamente no todas las personas tienen este problema. Por eso, a nuestro juicio debemos ser cuidadosos con la definición de los términos de la futura ley.

La Junta Nacional de Drogas planteó que había 250.000 personas con dificultades. Esto es un problema serio. En el Hospital de Clínicas se creó una clínica especializada en el tema, dirigida por el doctor Fielitz. Creo que hay que apoyar esta iniciativa, porque a nivel del Estado y del Ministerio de Salud Pública hay un especialista y una clínica especializada en esta problemática, que nos da garantía de calidad y atención. Por lo tanto, Uruguay tiene organizaciones e infraestructura propia y no necesita generar nuevas institucionalidades para resolver estos problemas. Lo que sí es necesario es contar con el apoyo económico imprescindible y con la gente adecuada para llevar adelante este tipo de gestión, que es específica y compleja. Por suerte, el país tiene una larga trayectoria en muchos de estos temas y organizaciones institucionales que pueden responder a la problemática que presenta un determinado grupo humano con respecto al abuso compulsivo de alcohol.

A nuestro entender, el proyecto debería dedicar mucho más esfuerzo, tiempo y dinero a trabajar, fundamentalmente, con los jóvenes, que es un campo bastante nuevo y complejo. Estamos de acuerdo en que hay que apoyar la gestión de salud pública con lo que sea necesario, ya sea con recursos o con gestión, pero no en cuanto a crear institucionalidades nuevas que no conducen a resolver el problema.

Nuestra distribución llega a 25.000 puntos de venta en todo el país, semanalmente. Esto significa que conocemos exactamente lo que pasa y cuáles son los patrones de consumo de los distintos sectores de la población. Por lo tanto, lo que creemos que está faltando en buena medida es una mejor gestión de los organismos del Estado. Tal vez esto se deba a que falta gente, capacitación, o a que hay dificultades en la gestión. Todos conocemos los controles que realizan Bromatología y el Ministerio de Salud Pública sobre la industria y el comercio, y también las tareas que llevan adelante el INAU, el INJU y el Mides.

La primera reacción que tenemos ante el proyecto es que no tiene sentido incorporar la institucionalidad propuesta, que, además, no define objetivos claros y concretos, a este conjunto de instituciones ya existentes.Creemos que en esa institucionalidad habrá que buscar una coordinación mucho más sencilla que la creación de un instituto como este o de una organización de esta naturaleza, pero reclamamos que en alguno de estos lugares, los privados -ya sea consumidores, comerciantes o fabricantes de bebidas- tengamos la posibilidad de emitir nuestra opinión, nuestros comentarios y poder ser escuchados.

Entendemos que en este momento la actividad privada dispone de una enorme capacidad de conocimiento y de información que les podría ser de gran utilidad a los actores públicos, en la medida en que podamos participar en alguna de las decisiones principales que a futuro se tomarán.

A nuestro criterio, los problemas de consumo abusivo por parte de los adultos, deberían ser resueltos por el Ministerio de Salud Pública. No tiene sentido crear algo sobre lo que ya existe sino que lo que hay que hacer es desarrollar las tareas de forma más eficiente y, eventualmente, aplicar más fondos y esfuerzo en lo que hoy existe -reitero- en el Hospital de Clínicas, que es de una gran importancia.

Por otro lado, los estudios que hemos visto -en algunos casos nos hemos visto involucrados en ellos- tienen que ver con el ingreso de edades tempranas al consumo de alcohol, entre los 13 y 18 años; realmente, es un problema de origen complejo, multicausal. En su momento hablamos de un estudio que habíamos hecho junto con la Fundación Pro Humanitas y dimos las razones; ahora las vamos a reiterar y a ampliar.

El proyecto propuesto no define un modelo de solución. Lo que encontramos en el proyecto es un conjunto muy severo de sanciones y prohibiciones, que no vamos a discutir ahora en detalle porque entendemos que lo importante en un plazo corto de presentación es concentrarse en lo que es sustancial y, para nosotros, lo sustancial no está definido en el proyecto. Sin embargo, en mi responsabilidad y en mi trabajo he tenido múltiples reuniones con la Junta Nacional de Drogas y, en particular, con Julio Calzada, con quien coincidimos en una cantidad de aspectos que voy a pasar a mencionar.

Me da la sensación de que el proyecto tiene un contenido distinto y que no se traduce exactamente en lo medular de la problemática, es decir, en los jóvenes de entre 13 y 18 años.

Quiero destacar -porque no sería bueno de mi parte no hacerlo- no solo el apoyo y la colaboración que hemos tenido de parte del sociólogo Calzada sino el franco diálogo en algunos temas y, en el acierto o en el error, le

reconocemos conocimiento, dedicación y esfuerzo en esto. Nos parece que, tal vez, en un mano a mano, nos vamos a poner de acuerdo más rápidamente cuando saquemos del medio algunas disposiciones que adornan el proyecto pero que no contribuyen a la solución del problema.

Vemos al proyecto prohibicionista y sancionatorio cuando, en realidad, tendría que estar medularmente puesto sobre la parte de educación y otros valores.

Para nosotros las principales causas del ingreso temprano al consumo por parte de los jóvenes, que fueron estudiadas en su momento, están justificadas en los documentos que hemos entregado a los señores Diputados.

En primer lugar, está la pérdida de valores en el núcleo familiar. Este no es un tema para abundar porque ustedes lo conocen mejor que yo, pero es una realidad que queda de manifiesto en el año 2010, cuando los sociólogos y los antropólogos -en particular Richard Delgado y Álvaro Méndez- hicieron un trabajo espléndido con colectividad de jóvenes de los barrios de Montevideo, estudiando la problemática que había -en el pendrive que les dejamos está el estudio completo-, y aparece la pérdida de valores del núcleo familiar manifestada de diferentes formas.

La segunda causa es algo que hoy aparece en la prensa por muchos lados. Se trata de la falta de contención del joven por parte de los institutos de enseñanza secundaria, y me refiero, fundamentalmente, a los institutos públicos. Como nos pasa a la mayoría de los uruguayos que fuimos a la escuela, al liceo y a la universidad pública, teníamos una relación muy distinta con quienes eran no solamente los profesores sino los representantes de cada uno de estos institutos. Lamentablemente, esa falta de contención hace que el joven prácticamente no tenga forma de contrastar no solo los valores familiares sino lo que está estudiando, viendo y actuando.

En tercer lugar, hay una evidencia -diría que casi científica- de lo que los sociólogos nos enseñaron que se llama el rito de pasaje. El rito de pasaje, que es el proceso que vive el joven entre los 13 y 18 años, a diferencia de distintas generaciones anteriores, ha incorporado un conjunto de elementos; el alcohol es uno y la droga es otro. Debería entenderse por parte de los jóvenes que no tienen capacidad de percepción del daño, cuál es la dificultad y cómo debería encararse la problemática de ese rito de pasaje, que hay que enseñarlo a través de los padres y de los institutos de enseñanza y que el Estado debe tener un rol principal.

Junto con Pablo Carrión hemos estado en algunos lugares del interior del país y en Montevideo con expertos, dando charlas específicas. Se elaboró un documento, fundamentalmente para padres -ya lo hemos entregado a la Comisión-, de cómo manejarse con los hijos, de qué manera relacionarse, mostrando cómo lo están haciendo en otros lugares.

Por ejemplo, en este momento en Brasil existe una campaña instrumentada con dibujitos animados, donde se puede apreciar la relación padre- hijo en una forma totalmente aséptica, porque es un dibujito, no aparece nadie en particular. Se muestra la forma en que el padre le da consejos y evita que llegue a determinado tipo de relación con el alcohol. Nosotros hemos implementado esto en liceos del interior con mucho éxito, y lo vamos a repetir este año porque entendemos que es una de las formas de contribuir, así como venimos contribuyendo con la Junta Nacional de Drogas y con la Unasev, con un folleto -que también dejamos- que denominamos nuestra responsabilidad social con relación al medio donde actuamos. Allí se podrá ver que describimos brevemente las cosas que hacemos con ellos -es decir, con la Junta Nacional de Drogas, con la Unasev y con el Gobierno-, donando espirómetros, dando charlas y cursos en distintos lugares, de acuerdo -modestamente- a nuestras posibilidades y al conocimiento que tenemos. Eso indica que nuestra compañía está firmemente comprometida con estos temas y realmente queremos actuar con transparencia y claridad, diciendo qué es lo que procuramos hacer con las autoridades y, en el acierto o en el error, nos sentimos conformes con el esfuerzo que venimos haciendo.

En cuarto término, creemos que hay limitados conocimientos con relación al tema de los jóvenes sobre los patrones de consumo y las dificultades para acciones correctivas. Es un tema no menor. Entender qué es lo que consumen los jóvenes, por qué lo hacen y de qué manera es un tema central para poder definir lo que viene más adelante, que es un modelo de gestión o un modelo de abordaje a estos problemas.

Para nosotros entender estos cuatro puntos es fundamental; constituye la base de las cosas que debería estar contemplando una ley, incorporándolo o haciéndolo resaltar en una forma mucho más importante que lo que

puede ser la sanción de un horario, el consumo en determinado lugar o la inspección en una fiesta. El Estado cuenta con instituciones capacitadas y especializadas, y no parece razonable agregar más instituciones, especialmente para resolver los problemas de los jóvenes. Es decir que hay amplio conocimiento. Simplemente, hay que focalizar en algunos de los temas centrales por los cuales los jóvenes están incurriendo en un consumo tempranero y, a veces, abusivo.

Hemos presentado algunos trabajos. Quiero destacar el de Pro Humanitas, que ya mencioné A lo largo de estos años, también incorporamos algunos especialistas. Por ejemplo, invitamos a la doctora Marjana Martinic, Directora del ICAP. Este Instituto trabaja con los gobiernos en el diseño de las políticas públicas. Es financiado por la industria de las bebidas alcohólicas pero tiene absoluta independencia técnica y de gestión. Actualmente, está trabajando en Brasil, junto a otros nueve países, en todo lo que tiene que ver con el alcohol no comercial. La problemática que existe en los mercados cuando aparecen leyes sancionatorias y prohibicionistas, es que aparece el alcohol no comercial; se producen alcoholes. En Brasil, se consume básicamente cachaça y cerveza. El tema es que la cachaça es muy fácil de producir; lo mismo sucede con la chicha en Bolivia. Es decir que el aumento absolutamente indiscriminado y muy importante del alcohol no comercial conduce a otros problemas, que los países tienen que enfrentar. Las autoridades de este Instituto estuvieron en Uruguay, y dieron una charla importante; inclusive, estuvieron con los señores Calzada y Romani.

También invitamos a la doctora Bauerle. La contactamos cuando nos enteramos de una charla que iba a dar en la Cruz Roja en Washington; inclusive, pedimos a la que en aquel momento era Ministra de Salud Pública, a la doctora Muñoz, que asistiera. Queríamos invitarla porque sabíamos que estaba trabajando en el tema relativo a las normas sociales. Lo cierto es que la doctora vino y dio una charla. También se reunió con el doctor Cánepa, en la Torre Ejecutiva.

¿En qué trabaja esta gente? En el problema de percepciones. ¿Cuál es el problema de los jóvenes? Que no perciben el riesgo que tiene el ingreso a los consumos tempraneros. En este sentido, existe una metodología sobre bases sociales muy importantes. Esta gente desarrolló especialmente para el campus de la Universidad de Virginia, una metodología que hoy está siendo difundida en muchos lugares del mundo porque trae al joven a la realidad de lo que significa incurrir en errores tanto en los procedimientos como en los consumos y ayuda a vencer aquella imagen de que el más inteligente, el más vivo, es el que está medio borracho y tiene a la chica más linda. En ese campus universitario había graves problemas, y lograron revertir la situación, pero les llevó tiempo. Este problema no se resuelve en uno, dos o tres años.

Por lo tanto, la doctora vino a Montevideo, tuvo la más absoluta apertura. Inclusive, se habló de formar junto a nosotros y al Estado, algún tipo de interacción que nos permita alimentarnos de esa importante fuente de información y de experiencia.

Por otra parte, cuando este proyecto de ley entró en consulta pública -hace ya más de un año-, contribuimos con un documento que presentamos a la Junta.

Además, hace menos de un mes la Unasev invitó al licenciado Carrión y a quien habla a dar una conferencia para explicar a los empresarios y a las autoridades nacionales presentes de qué manera trabajamos con la Unidad, sobre todo, teniendo en cuenta la fecha del 24 de agosto, que es tan importante para nosotros, y que había tenido un triste récord de problemas y de dificultades. Trabajamos durante varios años. El fruto del trabajo de Unasev con nuestro apoyo y el de otras instituciones -en este momento no recuerdo su nombre-, ha llevado a que en ese período de tiempo bajaran los accidentes y, sobre todo, las muertes.

Lo que queremos marcar es que el trabajo conjunto entre los privados y los públicos llevará su tiempo, pero da resultado. Es importante que en situaciones como estas logremos que haya una interacción público-privada mucho más activa. En este momento, el país tiene una ley de obras públicas y privadas que refiere, fundamentalmente, a edificios, carreteras y construcción de viviendas de interés social. Me animo a decir que esto debería trasladarse al campo social. La actividad pública y la privada deben ser elementos dinamizadores para ayudar a resolver los problemas sociales que tiene el país. Entiendo que en esta área debe haber un compromiso del sector privado y del público. Tenemos que escucharnos mutuamente y contribuir en la medida que sea necesario.

Nuestro enfoque es diferente al modelo propuesto por el Poder Ejecutivo. Consiste en trabajar en intervenciones programadas. Esto tiene toda una metodología y una tecnología que el ICAP ha presentado en

varios países.

También hay que trabajar mucho más en la percepción. Es necesario realizar todo un trabajo de comunicación, en el que la sociología juega un papel fundamental. Esto no lleva un día ni dos -lo hemos hablado con el sociólogo Calzada-, pero creemos que es la forma sana y contundente de atacar la problemática que tenemos.

Hay otro tema que consideramos importante, que no está en el proyecto, al igual que otros aspectos que hemos mencionado muy al pasar. Consideramos que es imprescindible medir los resultados de las políticas. Debemos ajustar -porque probablemente no todas las propuestas sean perfectas- los procedimientos, y volver a medir. En tanto no se mida, es difícil saber si el control de la gestión va bien o va mal. Si al cabo de dos o tres años tenemos las mismas setenta mil personas que tienen un consumo abusivo, es evidente que la política no está bien aplicada. Es necesario disponer de un modelo en el cual la actividad de acción hacia la sociedad pueda medirse, ajustarse y medirse nuevamente

O sea que debemos evaluar los resultados, poner objetivos y hacer un control de gestión de ellos, para saber si realmente son apropiados. Los objetivos deben ser dinámicos, para ir ajustándolos, porque la realidad puede ser diferente a medida que avanza el tiempo. Para nosotros, estos son los elementos principales.

Por lo tanto, hay que entender los patrones de consumo, sobre todo, cómo procede el joven. Siempre hay que hablar de la problemática del consumo tempranero de la juventud, porque la problemática de los mayores ya fue abordada. Tenemos que trabajar con los jóvenes para entender los patrones de consumo. Para ello, son fundamentales las intervenciones. Hay un programa científico, basado en intervenir en distintas partes de la sociedad, en asociación con la actividad pública y privada. Yo reclamo la posibilidad de participar en este tipo de instancias, que son de importancia superlativa para el futuro, sobre todo, de la juventud. Creemos que podemos aportar en este caso.

Pensamos, entonces, en un modelo que trabaje, fundamentalmente, en el terreno con los jóvenes.

El año pasado estuve en un seminario en San Pablo, Brasil, en donde estaban los cuatro actores principales: el Gobierno de la ciudad, grupos de ONG, la actividad privada y la universidad. En ese grupo hizo una exposición una psiquiatra -en este momento no recuerdo su nombre-, que tenía la responsabilidad de la universidad de San Pablo. Lo que ella nos transmitió es que hay que trabajar no desde el gabinete, sino desde el terreno. Estos temas no se resuelven desde ningún gabinete pensando o copiando disposiciones que hay por doquier. Las encontramos en la OMS y también en distintos organismos privados. Trabajar a terreno significa organizarse. Ellos nos mostraron una serie de videos de cómo estaban trabajando, especialmente, con poblaciones muy jóvenes, inclusive menores de las que nosotros estamos analizando-, de ocho a quince años y de quince a dieciocho años. Los sacaban de la realidad muy cruel que tiene la ciudad de San Pablo en muchos lugares. Luego trabajaban en teatro, música, tratando de captar la atención de los jóvenes, donde vertían los valores que no tenían y le daban contención. Trataban de sacarlos de ese medio que, por suerte está lejos de lo que nosotros tenemos. Pero si no hacemos algo, vamos camino a tener situaciones similares como las que hay en los barrios bajos de San Pablo.

Creemos que el proyecto propone un conjunto de restricciones publicitarias relativas a horarios de venta, a espacio, a exposición limitada de productos y a lugares de consumo. Dado el tiempo que disponemos, no hemos entrado en detalles y nos hemos concentrado en lo que entendemos que es más sensible y más importante del proyecto.

Podemos discutir la importancia que puede tener el horario de venta o los espacios, con productos de un lado y de otro, pero el concepto es la limitación de la oferta. Esto lo entendemos pero el problema se da sobre todo en los mayores. Si la oferta está limitada los mayores buscarán el producto donde sea. Y especialmente, esos setenta y siete mil. Como una vez me dijo Calzada, lo van a buscar aunque haya que caminar veinte kilómetros. Para esa gente no hay limitaciones de horario ni de espacios físicos.

Estoy de acuerdo con que hay que hacer algo con los jóvenes, pero no puede ser que el proyecto no contenga un gran capítulo dedicado a la educación, a entender cómo proceden los jóvenes en nuestra sociedad a través de los patrones de consumo. En base a la experiencia de nuestra empresa y a la información disponible, sabemos que, en general las restricciones al comercio conducen al aumento del contrabando y a las producciones informales. Son dos problemas muy graves para el Estado porque no contribuyen a la seguridad

social, no pagan impuestos y dan productos de muy baja categoría. La baja de calidad de los productos genera problemas en la salud pública por carencia de control bromatológico. Si ustedes vieran cómo se produce la cachaça en Brasil, cuidarían muy bien qué consumir en los bares abiertos de ese país, porque puede fabricarse de cualquier manera.

Todo esto afecta el empleo y la baja recaudación. Y esto es algo que debe tenerse en cuenta. No es a través de un sistema riguroso de control, de mano dura, que vamos a estar recibiendo en contrapartida algo de lo que estoy mencionado.

Por otra parte, hay un conjunto de pretendidas restricciones publicitarias en cuanto a horarios y contenidos, pero ¿quién va a hacer esas restricciones? Creo que al respecto podemos decirles que tenemos un código propio, formado en la Conarp. Este es un código de ética en el manejo de todo el tema publicitario, que inclusive ha sido elogiado por la Junta Nacional de Drogas por su contenido. En particular, la Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad -Audap- y la Cámara de Anunciantes del Uruguay, están integradas en la Conarp. Con esto venimos funcionando bien desde hace varios años. Hemos tenido llamadas de la Junta Nacional de Drogas y se han bajado algunas publicidades de vino que eran inadecuadas. Quiere decir que esto está funcionando.

También queremos decir que este proyecto impacta directamente en la población, en particular en la juventud, y como tal, a nuestro juicio debe producir efectos positivos. No creemos que sea bueno transformar esto en una prueba de laboratorio para ensayar procedimientos, porque la juventud es muy sensible en estos temas. Por lo tanto, hay que tener una enorme prudencia para trabajar sobre jóvenes de trece a dieciocho años, de acuerdo con todo lo que hemos aprendido con los sociólogos y los antropólogos que nos han asesorado. Entonces, el proyecto como tal -reitero que lo consideramos como una necesidad- debe estar cuidadosamente manejado, en particular en el capítulo que refiere a los jóvenes.

De avanzar con este proyecto, tal como está propuesto, estamos imponiendo un impuesto importante a la sociedad. Nuestro cálculo indica que el impuesto a todas las bebidas alcohólicas y la recaudación de licencias arroja una cifra muy importante, cercana a los US$ 30:000.000 por año. Tal vez podamos decir que no será tanto en el futuro, porque no sabemos cuántos comercios van a quedar activos a partir de algunas disposiciones que presenta el proyecto. En cualquier caso, estamos hablando de cifras muy grandes. Por lo tanto, me preocupa la aplicación y la gradualidad de este proyecto. Creo que tenemos por delante un desafío importante. Habrá un monto importante de dinero disponible, y a nuestro juicio, deberíamos tener una gradualidad, no para recaudar menos y aportar menos a la sociedad, sino para ser equilibrados y justos en lo que puede ser el proyecto.

Nuestra propuesta busca concentrarnos en lo que es la parte de atención médica a los grupos de adultos que tienen un consumo excesivo. También pretendemos no crear más institucionalidades, sino utilizar las que ya existen, probablemente teniendo mucha mejor gestión e implicando una inversión en calidad de gestión y de gente, para que manejen mejor los recursos. Luego podríamos profundizar en lo que tiene que ver con los adultos y la no institucionalidad; nos parece que la URBA no tiene sentido. Habría que trabajar con un modelo de actividad muy centrado en los jóvenes. Se trata de trabajar en el terreno y para ello se necesitan estudios, información, y la incorporación de un sistema de gestión que dé garantías de éxito, y que esto no se transforme en una utopía de control. Es decir, que no sea una necesidad como respuesta a mucha gente que dice que la juventud está toda pasada de rosca, lo que no es así. Decimos esto porque los consumos que tiene Uruguay por cuarenta años son cercanos a los seis o siete litros per cápita. Entonces, desmitifiquemos un poco, pero tengamos en cuenta que hay problemas radicados en un grupo etario muy joven, que es el futuro del país. A este problema hay que ponerle empeño y trabajo. Hay que trabajar con ellos en el terreno y tratar de que las cuestiones de gabinete sean consideradas, pero no la base de lo que puede ser el proyecto de ley en consideración.

SEÑOR BANGO.- Hemos tenido oportunidad de conversar fuera de este recinto por lo que estamos bastante enterados de la posición que ustedes sustentan.

Queremos decir que compartimos muchos enfoques que se han planteado aquí. Quisiéramos abordar algunas cuestiones concretas que me gustaría que me respondieran.

Quiero formular tres preguntas. En primer lugar, el señor Ordoqui se refirió a que pague más quien produce más alcohol, y comentó afirmaciones que surgen de versiones taquigráficas anteriores. En ese sentido, me gustaría que profundizara.

En segundo término, el Capítulo IV, que comprende los artículos 29 a 33, inclusive, plantea todo lo relativo a la educación primaria, secundaria, prevención laboral, a los servicios y actividades de promoción, al asesoramiento de detección temprana e intervenciones asistenciales, es decir, plantea la cuestión en el mundo laboral, en el sistema de salud, en el educativo y la autorregulación. Nuestros visitantes afirman que este capítulo no está tratado con suficiente profundidad, y por eso preguntamos si, a vuestro entender, habría que agregar algo. No estoy pidiendo que se presente una propuesta ahora, sino qué opinión les merece el Capítulo IV y que, en caso de que tuvieran algún aporte para realizar, lo envíen oportunamente.

En tercer lugar, me gustaría que comentaran si están de acuerdo con el artículo 34, que plantea la advertencia en la publicidad, promoción y patrocinio de bebidas alcohólicas y establece que "Toda publicidad o promoción vinculada a bebidas alcohólicas deberá incluir que, con letra y lugar visibles, posea leyenda de advertencia preventiva sobre los perjuicios del consumo en exceso y la leyenda" -entre comillas- "'Prohibida su venta a menores de 18 años'".

El artículo 33 refiere a la autorregulación, pero nos consta que quienes nos visitan hace años que están trabajando en la autorregulación, en la construcción del código de ética. Por eso, queremos saber si están de acuerdo con el artículo 34, si está bien orientado, si les parece excesivo, y si también concuerdan con las cuestiones de publicidad y patrocinio que figuran en el Capítulo V.

Por último, quiero comentar una afirmación del señor Ordoqui respeto de la institucionalidad. Es cierto que no siempre creando institucionalidad se logra más eficacia y eficiencia, pero a veces, sí. Lo de a mayor institucionalidad, más burocracia no es un axioma, ni viceversa. Todo depende. Por ejemplo, a veces la creación de una institucionalidad nueva concentra los recursos ya existentes en el Estado y los gestiona de otra manera, porque muchas veces el problema es la gestión.

Lo que quiero decir es que en este caso no existen axiomas, ni en cuanto a que la institucionalidad resolverá los problemas, ni en que creará más burocracia.

De todas formas, tomamos nota de vuestro planteo, porque el norte para la bancada del Frente Amplio es encontrar una lógica de funcionamiento que sea lo más eficaz y eficiente posible.

SEÑOR SILVA.- Damos la bienvenida a nuestros invitados, y queremos formular una pregunta.

Se habló del alcohol de contrabando. ¿Tienen idea de dónde proviene y en qué volúmenes?

SEÑOR AROCENA.- Tenemos el gusto de haber conocido a los fabricantes de cerveza en una reunión de esta Comisión, cuando comentaron una experiencia muy interesante con una fundación -cuyo nombre no recuerdo-, en un liceo de Carmelo.

El señor Ordoqui expresó su molestia por algunos comentarios que se hicieron en esta Comisión, o antes de que comenzáramos a considerar el proyecto, y lo hizo de una forma absolutamente educada. En algunos casos, aunque no fue su intención, me he sentido directamente implicado, porque cursé varios pedidos de informes vinculados con el consumo de cerveza en este país, pues me ha sido muy difícil conocer los datos de consumo.

Estoy convencido de que el señor Ordoqui no se refirió a mis actitudes e, insisto, todos sus comentarios fueron formulados con gran educación y sencillez. Es decir, no estoy recriminando, sino que dejo constancia de que me ha sido absolutamente imposible conocer los datos de consumo que maneja el Estado. Evidentemente, si hubiera llamado a la Fábrica Nacional de Cerveza los habría obtenido inmediatamente, pero quería conocerlos de parte de algún Ministerio del Uruguay y me fue imposible.

Sin duda, esta no es la instancia para hablar del sistema de producción, de control o consumo de una empresa en particular; quizás podamos coordinar una visita a la planta y, con mucho gusto, lo podríamos hacer allí.

Digo todo esto porque cursé diversos pedidos de informes para conocer información sobre el consumo, los que deberían ser inmediatamente respondidos por el Estado, pero hace más de dos años que no he tenido éxito.

Habida cuenta de la información que tienen los fabricantes de cerveza, que surge de especialistas, psicólogos y sociólogos, quiero saber cómo afectaría la aprobación de este proyecto, tal como está, el consumo. Pregunto esto porque algunos actores han afirmado que el consumo hasta se podría disparar, porque el aumento de restricciones llevaría a comprar más alcohol que el habitual, que quedaría en las casas y se consumiría sin control. Es decir, quiero saber si a su entender, tal como está planteado, el proyecto cumpliría su objetivo de bajar la ingesta de alcohol y cómo afectaría en las distintas franjas etarias y por departamento.

SEÑOR CAFFERA.- Me sumo a lo expresado por el señor Diputado Bango sobre la educación y, además, quiero plantear una duda. Acá se ha hecho mucho hincapié en la preocupación por los jóvenes, en su educación pero, como ciudadano, más allá del logro que se ha tenido en cuanto a desestacionalizar la cerveza, veo que el incremento del consumo se debe a una publicidad dirigida más bien a jóvenes. Si bien se están cumpliendo todos los requisitos -inclusive, los planteados en este proyecto de ley- y se ha actuado en concordancia con la Junta Nacional de Drogas, en la publicidad aparecen jóvenes. Entonces, me pregunto si no hay una contradicción, o quizás está planteado algún cambio de estrategia publicitaria a futuro.

SEÑOR ORDOQUI.- Voy a comenzar por contestarle al señor Diputado Bango.

Estamos de acuerdo con el proyecto desde el artículo 33 en adelante. Inclusive, hoy ya tenemos incorporada en la etiqueta una leyenda que dice: "Prohibida la venta a menores de 18 años", y entendemos que es algo que corresponde.

El tema de la participación nos parece bien interesante y lo vivimos cuando trajimos a algunos especialistas. Las compañías como la nuestra, que tienen oportunidad de conocer lo que pasa en el mundo, tienen la obligación, como responsabilidad hacia la comunidad y hacia el Estado, de volcar la información de especialistas, pero también deben tener la posibilidad de participar en una forma más activa en las áreas de decisión o de formación de opinión. Creo que los consumidores, los comerciantes y los fabricantes, en algún ámbito deberían tener opinión sobre temas como el control del expendio y distribución de las bebidas alcohólicas

Comprendo y comparto lo que el señor Diputado dijo respecto a la institucionalidad. Nosotros, como pagamos muchos impuestos, no queremos agrandar el Estado; quizás la visión de ustedes puede ser un poco diferente. Lo entiendo y lo respeto, pero nos parece que en la estructura del Estado ya existen organismos que fueron pensados por legisladores y que tienen oportunidad de ser fortalecidos y mejor gestionados. En cuanto a la participación, hemos hablado con otros colegas, por ejemplo, con Cambadu -como comerciantes de prácticamente todos nuestros productos-, y ellos también sienten que sería bueno establecer un ámbito de aporte. En el proyecto de ley se habla de un Consejo Consultivo, pero creemos que podemos aportar algo más. Un Consejo Consultivo se puede llamar una vez cada seis meses y a mí me parece que podemos ahorrar tiempo, esfuerzo y dinero al Poder Ejecutivo o a quien maneje esto, si estamos presentes en distintas formas de presentación.

La primera pregunta tiene que ver con la dificultad de entender cómo va a ser el impuesto. Nosotros creemos que debería ser un impuesto único igual para todos, o bien que esté relacionado con los grados alcohólicos, porque el problema está ahí; no radica en que vendamos cien litros más o menos de cerveza, vino o whisky. El problema está en el consumo y en cuánto alcohol puro etílico está volcando cada uno de estos productos. Entonces, del texto no surge claramente cómo va a ser definido, y si eso luego queda a criterio de la reglamentación, francamente, señor Diputado Bango, creo que quienes lo van a escribir y a instrumentar deben tener en cuenta cómo son las contribuciones de cada uno de los productos que van al mercado.

Paso ahora a contestar la pregunta del señor Diputado Arocena, con quien hemos tenido un profundo intercambio de ideas sobre todos estos temas. Me cuesta creer que hace dos años están esperando información sobre lo que se vende de cerveza en Uruguay. Desde ya está invitado, así como el resto de los integrantes de la Comisión, a visitar la fábrica, para que les hagamos una presentación de nuestro negocio y de lo que estamos pensando a futuro.

La cerveza tuvo un período muy crítico entre los años 2001 y 2004, en que su venta cayó un 40%. Esta caída nos llevó al límite de la existencia. Y tengo claro qué era lo que pasaba en la compañía, porque entonces yo era el Gerente General. En ese momento tuvimos la absoluta necesidad de fusionarnos con Pepsi -que en ese momento pasó a pertenecer al grupo que era el propietario de la compañía- y, junto con el sindicato -lo tengo que destacar en forma absolutamente clara-, pudimos generar una forma de trabajo y de ajuste de cinturones que nos permitió sobrevivir hasta que vinieron épocas un poco mejores, que fue a partir del año 2005.

Entonces, la compañía ha crecido, como lo ha hecho la mayoría de las empresas productoras de bienes y servicios en el Uruguay de hoy, por suerte. Y el esfuerzo que hicimos en aquel momento, hoy se ve recompensado también por las inversiones que se han hecho.

Por lo tanto, estoy abierto a recibir al señor Diputado Arocena con mucho gusto y mostrarle las cifras, que no son para nada privadas. Me llama la atención que no exista un fácil acceso para ustedes a la información disponible.

Con respecto al problema del contrabando, debo decir que en lo que tiene que ver con el vino y la cerveza no es un tema grave en Uruguay; es una problemática que se vincula más con los alcoholes superiores, que es un comercio que desconozco por no participar de él. Tengo entendido que hay ingresos de mercaderías fundamentalmente de Paraguay, pero -reitero- no es mi tema. De lo que sí sé es de mercados y territorios en los que, cuando ha habido restricciones a la oferta, se ha generado muy rápidamente un mercado secundario de los productos que se podían fabricar de una manera más artesanal, lo que genera desempleo, falta de contribuciones impositivas, etcétera.

(Diálogos)

—Respecto a la pregunta sobre el consumo, lo que nosotros podemos decir sobre otros mercados, y tal vez asimilar, es que las restricciones planteadas, especialmente las de disponibilidad y, eventualmente, algún tema publicitario, tienden a decrecer en algo el mercado. ¿Qué pasa con la restricción horaria, por ejemplo, en mercados muy elaborados y, sobre todo, muy maduros? Yo, viví en Inglaterra durante varios años y allí la restricción horaria era superada a las diez y media de la noche cuando el hombre salía del "pub" y se llevaba veinticuatro latas para la casa y se consumían ahí. Eso hace que Inglaterra tenga un consumo de 120 litros per cápita, o sea, cinco veces más que nosotros, y no lo bajan.

Entonces, la restricción de horario, cuando la cultura está arraigada en forma muy particular, hace que el consumidor busque vueltas o vericuetos para mantener ese consumo. No creo que la ley afecte en grado superlativo el volumen de venta. Pero, en principio, debería afectar a la baja, por lo que eventualmente deberíamos tener problemas de menor recaudación de impuestos, algunas dificultades de empleo y la potencialidad de crecimiento en temas relacionados con la informalidad. Esto es lo que en general ocurre cuando aparecen estas restricciones, donde el mercado negro pasa a suplir el eventual faltante, limitante o encarecimiento de la bebida de graduación alcohólica consumida por el adulto en forma abusiva. Esa persona la va a buscar a donde sea, pagará más o menos por ella y cuando no tiene plata buscará el consumo en los lugares donde más la encuentre. Ahí se genera un mercado negro muchas veces complicado de controlar y en general complicado, inclusive, desde el punto de vista de salud.

En ese sentido, recordarán un evento que sucedió hace muchos años en Argentina cuando fabricantes de vino -seguramente el señor Diputado Arocena, que conoce de este tema, lo recuerda-, para estirarlo, utilizaron metanol en lugar de etanol y, lamentablemente, hubo muertes por ese motivo. Entonces, estas cosas ocurren cuando por falta de conocimiento, un fabricante doméstico de vino puede pensar: "Como viene una restricción, voy a abaratar el producto y le voy a poner otros alcoholes y no el alcohol o el azúcar que corresponde, que me cuestan tan caros". Por eso, hay que tener mucho cuidado y deberíamos ir paso a paso.

En lo que tiene que ver con el tema publicitario y los jóvenes es bastante claro que la mejora en la situación de la población en general y del consumo interno en un sinnúmero de productos -no solamente en la cerveza- va dirigida hacia dos objetivos: la mujer y los jóvenes. Lamentablemente, personas como yo, que pasamos una etapa y que vemos poca televisión, es raro que propagandas nos inciten a consumir. En cambio, los mensajes van dirigidos hacia las mujeres y los jóvenes.

En esto hay un tema central, y es que nosotros tenemos un código de ética por el cual ni siquiera podemos hablar con jóvenes. Por eso contratamos a expertos, en primer lugar, porque no sabemos de los temas

sociológicos; ahora aprendimos algo. En segundo término, porque por ejemplo, no podemos interactuar en Focus Group con jóvenes menores de 18 años, porque hay un límite de edad para el consumo. Si mañana el límite fuera de 21 años, será así, como en Estados Unidos.

La tendencia se dirige en esa dirección.

Además, en la publicidad por televisión de las bebidas, algunas gaseosas y nosotros somos los únicos que pautamos. Es muy claro que somos nosotros los que aparecemos como fabricantes de bebidas. Si la publicidad va dirigida a los jóvenes, espero que no se cometa el error de poner a criaturas jóvenes o niños, porque eso estaría absolutamente prohibido. Pero sí está dirigida a la juventud, de la misma manera que determinados artículos de la moda van dirigidos a la mujer, porque son los consumidores por excelencia.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias. Simplemente deseo hacer un comentario.

Creo que la dinámica de consumo de alcoholes está muy vinculada al crecimiento económico o a la recesión - ustedes lo tienen bastante claro- y, en general, cuando se ingresa en una crisis aumenta el consumo de vino y disminuye el de la cerveza, y en una etapa de crecimiento económico ocurre lo contrario. Lo digo para quitarle dramatismo a la cuestión del crecimiento del consumo de cerveza, aunque, en lo personal, sí creo que hay una vinculación con el marketing, lo cual es lógico para una empresa que busca vender un producto.

Estoy bastante convencido de que es necesario establecer claramente cuáles son los límites de la publicidad. Porque una empresa tiene que tener ganancias y para eso tiene instrumentos, y el marketing es uno de ellos. Creo que en ese caso, la responsabilidad del Estado es establecer los límites de los mensajes, los patrocinios, de lo que se dice y hacía quiénes se apunta. Luego de establecer ese límite, debe fijar los mecanismos de control. Ha sido un argumento bastante extendido la idea de que en materia de alcohol las regulaciones existen, pero los controles están fallando. Y yo creo que están fallando, entre otras cosas, porque tenemos una institucionalidad débil que no es capaz de controlar los veinticinco mil puntos de venta que ustedes mencionaban.

Por eso, es necesario generar una herramienta para poder llevar adelante esa regulación, porque, si no, la idea queda simplemente en el papel. Unido a eso, claramente necesitamos recursos: porque hay que generar un cuerpo inspectivo, procedimientos, se debe recorrer el territorio, y eso implica generar una serie de mecanismos que hoy no tenemos.

También creo que las instituciones que eventualmente están dedicadas a esa tarea tienen otras responsabilidades que las sobrepasan. Es claramente el caso del INAU, que debe desarrollar políticas hacia los niños y adolescentes, y este es un aspecto más de una serie de tareas que debe realizar.

Por eso, el Gobierno ha decidido establecer una institución específica que se encargue de la cuestión del alcohol, con la dimensión que tiene el problema. Esto lo digo fundamentando por qué nosotros entendemos que es correcto que exista un organismo del Estado que se encargue particularmente de la regulación del alcohol.

La posición de la delegación ha quedado muy clara. Comparto el planteo que hicieron al comienzo, respecto a que el alcohol es una droga. En la sesión anterior nos visitó el Centro de Bodegueros y plantearon una visión diferente. Yo no creo que se pueda decir que el alcohol, el vino, el whisky, la cerveza son alimentos. Las drogas son sustancias con las cuales se relacionan las personas desde que el ser humano existe y no hay que demonizarlas. Pero tampoco las podemos poner en un pedestal. Simplemente, hay que convivir con ellas como algo más, que tiene riesgos; y creo el enfoque que da la Fábrica Nacional de Cervezas es el correcto.

Ahora, tengo un matiz con lo siguiente. No creo que los jóvenes sean el único problema; es decir, para las setenta mil personas que tienen un consumo problemático hay que generar ahora mismo, ya no una prevención, sino un sistema sanitario que los atienda, los contenga, seguramente también desde el punto de vista sociosanitario porque, a veces, detrás del consumo de alcohol hay otra cosa. Con respecto a la temática de los jóvenes, conozco muy bien el trabajo de Richard Delgado. Creo que ha hecho un aporte muy importante en cuanto a cómo está funcionando la relación entre los jóvenes y el alcohol.

Creo que parte de la respuesta que debemos dar, no solo con respecto al alcohol sino a la problemática de los consumos, va a escala territorial. De manera que comparto la óptica que tienen del tema.

Como Presidente de la Comisión agradezco su presencia y el excelente aporte que han hecho. Nosotros estamos trabajando en este proyecto. Hemos recibido a muchas delegaciones. No tenemos la intención de aprobarlo de manera apurada, sino que queremos estudiar muy bien el mecanismo de regulación, dado que sabemos que regular es complejo en tanto afecta intereses de los chicos, los medianos y los grandes, sobre todo de los más chicos.

Se levanta la reunión.